Metropolis Town Square,

Mampukah Menghidupkan

■ ***Oleh** : Arini Yunita*

Lippoland menempatkan pusat belanja barunya di Kota Modern. Bukan sekadar membuat tempat belanja baru dan terbaik di Kota Tangerang, juga untuk menghidupkan kembali Kota Modern. Mampukah?

Bisnis ruang ritel kelihatannya memang masih menggiurkan. Walau—data riset PT Procon Indah—di seluruh Jakarta sudah terbangun 1,5 juta m2, tetap saja tidak menggentarkan pengembang. Pun dengan PT Lippoland Development Tbk, salah satu perusahaan properti milik Grup Lippo. Buktinya, saat ini PT Lippoland sedang *ngebut* penyelesaian pembangunan Metropolis Town Square (MTS).

Dibilang sedang *ngebut*, karena pembangunan pusat belanja seluas 94 ribu m2 itu ditargetkan untuk buka sebelum Hari Raya Lebaran dan Natal 2003 serta Tahun Baru dan Imlek 2004. "Momentum itu yang dikejar," jelas Ichsan Soelistio, Direktur PT Lippoland.

Daerah lain, diyakini sediri oleh Lippoland, memang sudah jenuh, tapi tidak demikian dengan daerah sebelah Barat Jakarta. Karena itu, lokasi MTS bukan di tengah hiruk pikuk Jakarta yang sudah punya ruang kosong sebesar 174 ribu m2 (sampai kuartal I 2003). Melainkan di Kota Modern, Cipondoh-Tangerang, tepatnya di tepi Jl Hartono Bulevar. Di atas lahan seluas 3,9 Ha, area itu diperuntukan sebagai area komersial Kota Modern. Lahan ini berbatasan dengan Situ Gede, danau alam yang ada di bagian depan kota tersebut.

Sesuai "kondisi" lokasi dan terlebih adalah agar tidak "memakan" dua pusat belanja yang dibangun Lippoland sendiri (Supermal Karawaci dan WTC Matahari, Serpong), mal baru itu menargetkan pangsa pasar yang berbeda dan lebih tinggi dari keduanya.

Melihat namanya, banyak orang bilang kalau MTS ini ingin mengekor konsep Cilandak Town Square yang saat ini menjadi *hang out place* baru di Jakarta Selatan. Citos, demikian banyak orang menyebutnya, memang tidak seperti mal biasa. Bangunannya tidak tinggi, area kafe/restoran dan *fashion retail* terpisah, suasananya lebih terbuka, tidak berjarak dan cukup *cozy*. Nah, suasana seperti ini pula yang akan dihadirkan di MTS. Lewat pembentukan suasana inilah MTS memangsa pasar menengah. Ichsan tidak mengelak kalau Lippoland mengekor konsep Citos. Untuk itu desain mal ini mengambil gaya *art deco* dan "cuma" terdiri dari tiga lantai.

Mal Taman Anggrek yang sudah menjadi *icon* belanja di Jakarta Barat juga menjadi acuan kualitas MTS. Tapi MTS tidak betul-betul berkonsep mal, karena itu ruang-ruang usahanya didesain dalam bentuk kios, berukuran kecil dan ini berlaku di semua lantainya. Ukurannya mulai dari 8,5 m2 sampai 16 m2, bahkan sejumlah kios di lantai teratasnya ada yang berukuran 5 m2.

Kalau dilihat ukuran ini mungkin menjadi kontradiktif dengan pangsa pasar yang ditarget. Tetapi, menurut Ichsan, justru itulah yang membedakan dengan mal lain. Masih menurutnya, tempat berdagang untuk kelas menengah atas itu tidak harus dalam ruang berukuran besar. Yang lebih penting adalah apa yang dijajakan.

Untuk peritel "besar', mereka juga bisa memilih *exterior shops* setinggi 3 dan 2 lantai yang menempel di bagian luar bangunan MTS. Ukuran toko-toko ini mulai dari 51,2 m2 (2 lantai) sampai 240 m2 (3 lantai). Sebagai tenan utama tidak lain adalah Matahari Departement Store, Supermaket

Mal yang terdiri dari 900 kios dan 96 toko ini menyediakan parkir yang bisa menampung 800 unit mobil. Bentuknya tidak saja berada di sekeliling mal, juga bangunan bertingkat setinggi dan menyatu dengan mal, seluas 20 ribu m2.

Nah, tidak seperti proyek-proyek Lippo terdahulu, MTS ini boleh dipasarkan oleh agen properti di luar jaringan pemasaran Lippoland sendiri. Pengembang ini sudah menggandeng lima agen properti yang berkiprah di Karawaci, yaitu LJ Hooker, Ray White Karawaci, Mandiri Realty Property dan Coldwell Banker Prudential.

Mereka tidak mencari penyewa, sebab MTS dipasarkan secara *strata title*. Aneka kios untuk tipe *specialty shop* di lantai dasar dipasarkan dari harga Rp288 juta (8,8 m2) sampai Rp1,56 miliar (46,7 m2) yang berada di *west entrance*. Harga termurah tentunya yang ada di lantai teratas, seharga Rp153 juta (4,7 m2). Untuk *exterior shops* berlantai 2 harganya mulai Rp427 juta (42 m2), dan harga untuk yang 3 lantai mulai Rp1,1 miliar (240 m2). Untuk pembelian saat ini diberikan diskon 25%.

Dengan diskon tersebut, sejak peluncuran perdana pada awal Mei 2003, menurut Ichsan, sudah 40% laku. Dari agen-agen pemasar tersebut dikatakan, yang paling banyak adalah kios di *foodcourt* dan di lantai dasar. Cukup lakunya pemasaran MTS ini karena kata Ichsan yang diamini oleh Jimmy Hari Wahyudi, *Principal* LJ Hooker Karawaci, produk seperti MTS ini belum ada tandingannya di Kota Tangerang. Dan, "Nama Lippo cukup dilihat oleh konsumen sebagai jaminan untuk komitmen pembangunan," kata Jimmy.

Tidak heran, ungkap Direktur

...a Kota Modern?

Coldwell Banker Prudential Michael Ronny, banyak pembeli yang berani membayar secara *cash*. Pasalnya, untuk pembayaran cara itu bisa mendapat diskon yang lebih besar, bahkan untuk *cash super express*—lunas dalam 3 hari—diskonnya bisa sampai 54%. Jadi kalau investor itu mengambil kios terbesar di lantai dasar, dia "cuma" membayar sekitar Rp840 juta.

Duit-duit investor inilah yang memang sangat diharapkan untuk membantu penyelesaian MTS. Sebab untuk menyelesaikan seluruh proyek ini, Lippoland membutuhkan dana sebesar Rp150 miliar. Sementara itu, seperti kata Ichsan, dana dari pihaknya cuma ada Rp80 miliar. Meskipun demikian, Ichsan tetap bersikukuh kalau pembangunan MTS akan tetap sesuai jadwal dan tidak mengurangi kualitas.

Nah, soal komitmen itu, seperti diakui oleh Suwito Santoso, ahli pasar ritel dari PT ProLease, memang yang membuat pasar cukup percaya dengan produk MTS. Karena itu, Suwito cukup percaya atas angka penjualan tersebut dan sangat mungkin kalau investor akan banyak. Tetapi, yang justru dirisaukan adalah pasar sewanya.

Menurutnya Suwito, saat ini saja jumlah permintaan sewa ruang tidak banyak. Pusat-pusat belanja baru di Jakarta yang dipasarkan secara *strata title* bisa diambil contoh. Kalaupun laku terjual, tidak banyak yang kemudian membuka kiosnya. Sebab, pembelinya kebanyakan investor yang memang tidak pernah berniat membuka usaha sendiri, melainkan mencari pembeli lain atau penyewa. Akibatnya, mesti sudah diumumkan *grand opening*, tetap saja sepi pengunjung karena masih sedikit toko/kios yang buka. Adanya Matahari Department Store dan Supermarket di MTS memang yang diharapkan untuk bisa membentuk *crowd* atau menarik pengunjung datang, sehingga mendorong penyewa kios membuka gerainya.

Ichsan memang mengakui kalau keberadaan MTS ini guna lebih menghidupkan Kota Modern. Menyusul masuknya PT Modernland Realty Tbk dalam 'asuhan' BPPN, dibandingkan proyek berskala kota di Barat Jakarta, Kota Modern memang paling tersendat perkembangannya. Kota yang rencananya mempunyai areal seluas 770 Ha, dari awal lebih diperuntukan sebagai perumahan menengah ke atas sejumlah 10 ribu unit. Sebagian areal memang sudah dikembangkan dan di sana sudah tersedia lapangan golf 18 *holes*, rumah sakit kelas internasional dan sekolah bereputasi baik di Tangerang.

Dibandingkan permukiman lain di sekitar Tangerang, pasar sekunder Kota Modern kurang semarak. Dari sejumlah agen properti yang berkiprah di Serpong, Karawaci dan Tangerang, menyatakan kalau mereka tidak memfokuskan diri ke kota yang dikembangkan Grup Modern itu. Moelyono Karmayana, Direktur Utama Century 21 Persada, permintaan ke sana tidak banyak, jadi yang ingin melepas rumahnya pun sedikit. Meski begitu, harga rumah seken dan tanah di sana bisa dinilai cukup tinggi. Menurut Moelyono, rumah seluas 200 m2 dengan tanah seluas 300 m2 di sana dihargai Rp650 juta-750 juta. Dan, harga tanahnya berkisar Rp700 ribu/m2 sampai Rp1 juta per m2.

Harga itu terjadi dari beberapa waktu yang lalu dan sudah lama tidak berubah. Cukup tingginya harga tanah itu bisa jadi karena di awal-awal tahun pembangunan, harga tanahnya sudah ditetapkan tinggi. Dari catatan *Properti Indonesia*, harga tanah di sana pada tahun 1993 Rp400 ribu /m2 dan 1994 Rp475 ribu /m2. Berarti hingga tahun ini dalam masa kurang lebih 10 tahun cuma ada perubahan sebesar 7,5% per tahun. Bandingkan dengan perkembangan di daerah Serpong yang bisa mencapai angka 25% hanya dalam hitungan bulan saja.

Ichsan yakin adanya MTS akan lebih menghidupkan Kota Modern dan membuat pasar sekunder di sána kian bergairah. Mampu atau tidaknya, tentu membutuhkan waktu untuk membuktikan. Tetapi yang jelas, saat ini, agen-agen properti yang berkiprah di Tanggerang, belum melihat adanya kenaikan permintaan rumah di Kota Modern. Jadi, ya kita lihat saja nanti. ■

